

Bauhaus: Philipp Oswalt. Marke Bauhaus

1919–2019.

~~38,00 €~~ 26,00 €

Der Sieg der ikonischen Form über den Gebrauch. Mit 827 farbigen und 124 s/w-Abbildungen. Scheidegger & Spiess 2019. 28 x 20 cm. 336 S. Broschur.- Nicht Funktion und Gebrauch zeichnen das Bauhaus aus, sondern Symbolik. Ob Quadrat, Dreieck oder Kreis, ob Wagenfeld-Lampe, Schlemmer-Kopf oder weisse Kuben mit Flachdach: Das Bauhaus hat ikonische Bildzeichen und einen Stil kreiert, der weder funktional noch sozial ist, aber visuell prägnant.- Bauhaus-Gründer Walter Gropius zielte von Anfang an darauf, aus dem Bauhaus eine Marke zu entwickeln – mit Erfolg. Sei es in Konsum, Politik oder Kultur: Mehr als achtzig Jahre nach seiner Schliessung ist das Bauhaus präsenter als je zuvor. Es ist inzwischen zu einer partizipativen Marke geworden, die nicht mehr zentral gesteuert werden kann, sondern an der unzählige Produzenten und Konsumenten mitgeschrieben haben. Das einstige Versprechen nach Funktionalität und sozialer Verpflichtung bleibt dabei allerdings uneingelöst. Das Buch von Philipp Oswalt, ehemaliger Direktor der Stiftung Bauhaus Dessau, widmet sich anhand zahlreicher Bildbeispiele und gehaltvoller Texte dieser prominenten Markenbildung und -verwendung.

69502